

# Piotr Stańczyk

---

## Specyfika pracy dziennikarza muzycznego w radiu publicznym

---

Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica 17, 197-199

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Piotr Stańczyk\*

## Specyfika pracy dziennikarza muzycznego w radiu publicznym

Swoją przygodę z mikrofonem zacząłem w roku 1988. Byłem wtedy na pierwszym roku studiów. Początkowo nieśmiała i dość symboliczna współpraca zamieniła się w coś całkiem poważnego. Po pięciu latach intensywnych działań antenowych, tuż po ukończeniu studiów, uzyskałem etat i zostałem dziennikarzem redakcji muzycznej Polskiego Radia Łódź.

Pracę dziennikarza muzycznego w radiu można podzielić na kilka kategorii. Pierwsza z nich to **dziennikarz-autor**. Oznacza to osobistą odpowiedzialność za program od A do Z – od momentu powstania pomysłu na audycję, przez wszystkie szczeble jego realizacji w praktyce, po finał, tj. emisję audycji na antenie. Używając języka marketingowego, można mówić o „sprzedaży” produktu antenowego. Pracę dziennikarza jako autora przybliżyć na przykładzie wyzwania, jakie podjąłem kilka lat temu. Popularny piosenkarz Krzysztof Krawczyk obchodził wtedy 45-lecie swojej pracy estradowej. Postanowiłem wykorzystać ten fakt i wymyśliłem, że zorganizujemy „Weekend z Krzysztofem Krawczykiem” na antenie Radia Łódź. Miał to być weekend, który szeroko pokaże postać Krawczyka, a jednocześnie będzie swoistym przekrojem jego twórczości. Rozważałem, jak ten temat zrealizować, by było ciekawie i atrakcyjnie dla słuchacza, a przy tym merytorycznie – tak, by projekt nie był błahy i infantylny. Autorstwo zawierało się w stworzeniu formuły i odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób chcę taki program zrealizować? Jaki powinien mieć kształt i jakie elementy składowe ma zawierać? Zaprosiłem do współpracy osoby pracujące w branży muzycznej (muzyków, piosenkarzy, kompozytorów, autorów tekstów i dziennikarzy muzycznych) współpracujących kiedykolwiek z Krzysztofem Krawczykiem.

Owe przygotowania do „godziny zero” (tak określamy czas emisji programu) trwały trzy i pół miesiąca. Tyle właśnie czasu trzeba było poświęcić, żeby samemu, jako autor, zamknąć projekt i dopracować go do ostatnich szczegółów. Cała odpowiedzialność za ten projekt i jego formułę spoczywała wyłącznie na mnie. Musiałem sprostać wyzwaniu, które sam sobie narzuciłem.

Druga kategoria to **dziennikarz-prezenter** – osoba prowadząca blok programowy. Często zdarza się, że nie zawsze prowadzimy audycje, które sami wymyśliliśmy. Autor programu nosi się zwykle z zamiarem zrealizowania własnej koncepcji, „nosi w sobie” pewien potencjał, który chciałby uzewnętrznić. Rzeczywistość medialna jest jednak taka, że jesteśmy niejako „wynajmowani”, by prezentować treści przygotowane przez kogoś innego – np. wydawcę bloku

---

\* Radio Łódź.

informacyjno-muzycznego. Wtedy rola dziennikarza muzycznego jest zupełnie inna. Muzyka jedynie uzupełnia taką audycję, a prezenter ma świadomość, że prowadząc program będzie mówił o polityce, sprawach społecznych, bieżących wydarzeniach z miasta, czy też przeprowadzi wywiad z zaproszonym do studia gościem. Niekiedy wydawca przygotowuje dla mnie notatki, wprowadzi w temat, określi, co planuje i zostawi nieco czasu na przygotowanie. Zdarzają się jednak sytuacje zaskakujące. Przykładem może być kampania wyborcza sprzed kilkunastu lat [wybory prezydenckie – przyp. red.]. Wśród kandydatów była Hanna Gronkiewicz-Waltz. Czekaliśmy na jej przyjazd z Warszawy. Kandydatka spóźniała się, ale w końcu dotarła do radia. Okazało się, że osoba, która miała przeprowadzić z nią wywiad, zaniemogła i nie było w rozgłośni nikogo, kto mógłby ją zastąpić. Byłem tego dnia prezenterem bloku programowego. Musiałem stanąć na wysokości zadania i poprowadzić rozmowę z naszym gościem. Gdybym nie wiedział o jej przyjeździe do Łodzi i nie podjął choćby minimalnego wysiłku przygotowania się do tej audycji (co zawsze trzeba uczynić – to jest wskazówka dla przyszłych dziennikarzy, aby zawsze mieć oczy i uszy otwarte) – mogłoby dojść do kompromitacji...

Trzecia kategoria to **dziennikarz-illustrator muzyczny**. Jest to częsta forma pracy dziennikarza muzycznego w radiu publicznym. „Illustrator” jest pojęciem dającym pewne wyobrażenie; w żargonie radiowym takiego pracownika nazywamy „oprawcą muzycznym”. Jego zadaniem jest odpowiednia oprawa, ozdobienie programu. Może to być audycja o zupełnie innym charakterze niż muzyczny. Jedną z pracujących w radiu dziennikarek prowadzi program literacki, w którym przedstawia np. nowości na rynku wydawniczym. Chodzi wówczas o znalezienie takiego klucza, aby ładnie ozdobić ten program – muzyką szlachetną, z górnej półki, ale również taką, która będzie odpowiednio łączyła się z programem, niekoniecznie go komentując. Powinna być neutralna, tak dobrana, by nie przeszkodzić słuchaczom w odbiorze rozmów o książkach, pisarzach czy nowych wydawnictwach. Jest to oczywiście kwestia smaku, wiedzy muzycznej i doświadczenia. Owo doświadczenie jest zresztą rzeczą bezcenną – z czasem w naszym zawodzie opieramy się bardziej na doświadczeniu, niż na wiedzy teoretycznej.

Czwarta kategoria to **dziennikarz-publicysta**, który w ramach swoich działań antenowych przeprowadza wywiady, relacjonuje wydarzenia muzyczne, które dzieją się w mieście lub w kraju, ale także je recenzuje. Wykorzystujemy umiejętności recenzenckie, bo bardzo często zdarza się, że idziemy na jakiś festiwal lub inne wydarzenie muzyczne i relacjonujemy je naszym słuchaczom albo dokonujemy oceny.

Kolejna kategoria jest związana z nową epoką w dziejach mediów, w tym również radia. Jest to uwarunkowane ogromnym rozwojem techniki. Żyjemy w czasach komputerów – pozwoliło to na nowe formy programów, inne rozwiązania i pomysły.

Dziennikarz muzyczny, nawet w radiu publicznym, często zamienia się w disc-jockeya. Zdarza się (z różnych powodów, nie tylko ze względu na charakter audycji), że sami sobie jesteśmy przysłowiowym „sterem, żeglarzem

i okrętem”. Osobiście zasiadamy za konsolą mikserską i realizujemy program, prowadzimy go oraz „oprawiamy” muzycznie. Jest to formuła zbliżona do radia komercyjnego, zapożyczona ze Stanów Zjednoczonych. Tam często radio tworzy tylko jedna osoba. Dziennikarze lub prezenterzy zmieniają się co 3–4 godziny i robią „show”. Zdarzało się, że takie programy prezentowałem w godzinach nocnych, porannych bądź w tzw. „primetimie”.

### *Streszczenie*

#### *Specyfika pracy dziennikarza muzycznego w radiu publicznym*

Autor mówił o roli dziennikarza muzycznego i DJ-a w radiu publicznym. Podzielił swoje obowiązki na pięć kategorii: granie audycji DJ-skich, przygotowywanie programów autorskich, programów publicystycznych, prezentowanie bloków muzycznych oraz oprawę muzyczną.

### *Summary*

#### *Characteristics of music journalist's work in a public radio station*

The Author specifies the role of a musical journalist and a radio DJ in a public radio station, dividing DJ duties into five categories: playing DJ broadcasts, preparing programmes of two types, music series and musical setting.